

【研究論文】

地域連携による観光教育プログラムの考察

岐阜大学次世代地域リーダー育成プログラム産業リーダー
コース指定科目「地域資源の活用と観光デザイン」を例に

今永 典秀, 松林 康博, 後藤 誠一, 益川 浩一
岐阜大学地域協学センター

要旨

本稿は、岐阜大学地域協学センターが岐阜県内の産業界で活躍するリーダーを育成するために実施している次世代地域リーダー育成プログラム産業リーダーコースにおける観光教育の取り組みに着目する。事例として「地域資源の活用と観光デザイン」の講義を取り上げ、インターンシップなどを通じた観光に関する協働教育事例を概観した上で、地域と連携した観光教育プログラムについて考察する。

キーワード：観光教育，地域連携・協働，マーケティング，地域活性化，人材育成

1. はじめに

岐阜大学地域協学センターは、2015年度から文部科学省が実施している「地(知)の拠点大学による地方創生推進事業(COC+)」(注1)に採択され、他大学・企業・自治体・金融機関と協働して地元企業と学生との関わりを強化し、地域のニーズに適合した人材を育成することで地元定着を図る取り組みを進めている。その一環として「次世代地域リーダー育成プログラム産業リーダーコース」を展開している。「産業リーダーコース」の目的は、将来地元産業界で活躍する人材を育成することに加え、岐阜県内の企業へのインターンシップや企業見学・フィールドワークなどを通して岐阜県内の企業の魅力を学生が体感することにより、岐阜県内就職率を向上させることである。

この背景には、岐阜大学が位置する岐阜県が抱える特有の課題が存在する。岐阜県においては、年間4,000人規模で県外に人口が流出し、特に20歳代で職業上の理由から愛知県へ転出するケースが最も多い。この要因としては、愛知県には大企業が多いこと、学生が岐阜県内の企業・産業の魅力を十分に把握できていないこと、岐阜県内の企業が自社の魅力を学

生に十分に発信できていない、あるいは学生の能力を十分に理解できていないこと等が考えられる。それゆえ、学生と企業が相互の理解を深め、地域に定着して地域産業の活性化に貢献できる人材育成が求められている。この課題を解決するために、金融機関・自治体・企業等と協働し、産業界のニーズに適合した人材育成を通して、若者の地元定着の促進を図っている。

本稿で取り上げる観光教育に関して、観光庁(2017)によると、日本における観光系の学部・学科を設置している大学の数は、2016年時点で大学数が43、学科数が49、定員が4,848人である。1967年度に立教大学に初の観光学科が設置され、1998年度に観光学部が設置された。その後国立大学の中で、2005年度に山口大学と琉球大学に初の観光(政策)学科が設置され、2008年度には和歌山大学と琉球大学に初の観光(産業科)学部が設置された。また、2018年度には、観光経営を担うトップ層の育成を目的として、一橋大学と京都大学に観光MBAが設置されている。長崎ウエスレヤン大学(2015)は、観光系・学科が設置された大学のカリキュラムポリシーを分析し、①観光文化型、②観光学とマネジメント型、③地域リーダー育成型、④語学重視型、⑤国際観光・国際開発型、⑥観光(ホスピタリティ)サービス、産業人材育成型の6つの特徴に分類した。岐阜大学の次世代地域リーダー育成プログラムは、観光教育を通して地域リーダーの育成を目指すものに分類される。本稿では、岐阜大学における次世代地域リーダー育成プログラム産業リーダーコースの既存科目の特徴を概観した上で、2017年度に新設された「地域資源の活用と観光デザイン」の講義を事例として取り上げ分析し、地域連携を通じた協働による観光教育プログラムの特質を考察する。

2. 産業リーダーコースと観光教育について

次世代地域リーダー育成プログラム産業リーダーコースは、3ステップのプログラムで構成されている。それは、1.「聞く・見る」(基礎的知識・技能の獲得と学習の動機づけ)、2.「挑戦する」(地元産業の実態の理解と自己の立ち位置の確認)、3.「活躍する」(実践を通して地域(産業界)の担い手として成長する)である。コースを構成する主な講義としては、1.「地域産業と企業戦略入門」「自己省察と将来のキャリア設計」「地域資源の活用と観光デザイン」、2.「産業協働型インターンシップ」「地域協働型インターンシップ」「自治体協働型インターンシップ」「イノベーション型インターンシップ」「プロジェクト型インターンシップ」が初級段階で、3.「産業リーダー実践」が上級段階である。

座学中心の経営学・キャリア教育の講義を受講し、1週間程度の課題解決型の「産業協働型インターンシップ」等を2回受講した後に、半年間のPBL(Project Based Learning)形式の「産業リーダー実践」を受講する体系的な教育プログラムであり、全学部、全学年の学生が受講可能である。上級段階の講義科目である「産業リーダー実践」では、学生が地域産業の課題解決等に向けて実践的に取り組むことにより、リーダーシップを発揮できる人材あ

るいはリーダーを支援する人材として必要な素養や能力を養うことを目指す。また、受講に際して地域協学センター長が指定する科目を受講し、初級段階所定の8単位以上を修得した者に限り受講が可能な仕組みとなっている。さらに上級段階の「産業リーダー実践」を修了しその他の条件を満たし、所定の審査を経た者は「ぎふ次世代地域リーダー」の称号が授与される(図1参照)。

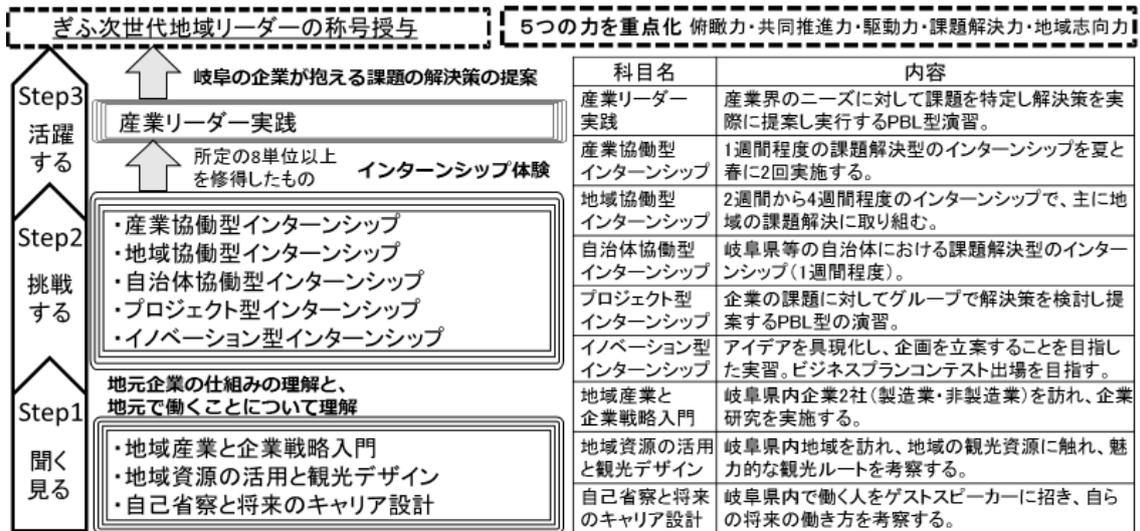


図1 岐阜大学 次世代地域リーダー育成プログラム 産業リーダーコースについて

講義に関しては、「地域産業と企業戦略入門」は、企業分析方法に関する座学の講義に加え、岐阜県内企業の製造業と非製造業の2社の企業見学を実施し、その後グループで企業研究の成果を発表するものである。また、「自己省察と将来のキャリア設計」では、岐阜県内で働くゲストスピーカーを招聘し、将来岐阜で働くことについて具体的に考えるとともに、過去のキャリアを省察し、自己理解を深めることを通して将来のキャリアを設計することを目的としている。講義では、学生の省察を促すために、ラーニング・ポートフォリオ(注2)を課題として課し、課題をアセスメントする観点で、ルーブリックによる定量的評価を質的なものに改善して、学修過程に着目し学生の学修成果を明確に測るツールとしてのICEモデル(Youngほか(2013)参照)を用いて、省察を促す仕組みが導入されている。

3ステップの教育プログラムの中核にはインターンシップが位置付けられている。産業リーダーコースでは、夏と春の休業期間に2回参加することを原則としている。受入期間に関しては、岐阜県内企業への調査を踏まえ、受入の負担が少なく実施可能な1週間程度を原則とし、受入先、学生の希望などに応じて多様なインターンシッププログラムが実施されている(今永ら(2017)参照)。民間企業における「産業協働型インターンシップ」や、行政における「自治体協働型インターンシップ」、主にNPO法人に赴く「地域協働型インターンシップ」等複数科目が開講されている。また、2018年度からは起業家教育を促進する観点

で「イノベーション型インターンシップ」が新規開講され、ビジネスプランを作成し、コンテストなどへの出場を目指した講義が実施されている。

上級段階の「産業リーダー実践」は、産業界の課題をグループで解決することを目指した PBL 型 (Project Based Learning) の講義である。十六銀行及び中日本高速道路と連携して、地場産業との接点を構築した上で、学生が課題を特定し、魅力を見つけ、商品をプロモーションする取り組みが「産学金連携モデル」として実施されている (今永ら(2019)参照)。

岐阜大学地域協学センターにおける観光教育は、2016 年 10 月に、岐阜大学地域協学センターと長良川 DMO(NPO 法人 ORGAN)による、岐阜県内における観光事業に関連する教育を推進することを目的とした「観光地域づくりに関する協定」の締結を契機に積極的に推進されている。例えば、産業協働型インターンシップ受入先である株式会社日本タクシーにおいて、1 週間程度の短期間の課題解決型のインターンシッププログラムが実施された。学生は 5 人が参加し、グループで岐阜県内の観光プランを企画・提案し、実際に商品として販売された(詳細は図 2 参照)。



図 2 日本タクシーにおいて学生が取り組んだ商品企画

さらに、岐阜大学地域協学センターでは、多様な参加主体による対話の場として「ぎふフューチャーセンター」が実施されている。フューチャーセンターは「組織を超えて、多様なステークホルダーが集まり、未来志向で対話し、関係性をつくり、そこから創発されたアイデアに従い、協調的なアクションを起こしていく手法」と定義されている (野村(2013)参照)。2018 年度には「岐阜県内の地域資源を活用した観光プランを検討しよう」をテーマとして、岐阜大学生が考える岐阜県内の魅力発信マップづくりを行い、夏休みにサービスエリアで配布された(詳細は図 3 参照)。

また、「地域協働型インターンシップ」として、2016 年度後期、2017 年度前期、2017 年度後期には NPO 法人 ORGAN を受入先とし、長良川おんぱく (注 3) をはじめとした、地域の観光 PR に関連した職業体験学習が行われた。また、岐阜大学地域協学センターが窓口となり、飛騨の木工、美濃和紙、ひるがの高原だいこんの 3 地域の資源について学生が SNS

の Instagram®を通して魅力を発掘し、情報発信する東海・北陸地域ブランド総選挙(注 4)に出場し、2チームが決勝に進出した。



図3 ぎふフューチャーセンターにおいて学生が作成した観光マップ

さらに、上級プログラムの「産業リーダー実践」では、2018年度前期には、長良川おんぱくプログラムの一つとして、地場産業である関の刃物企業の株式会社サンクラフトと協働し、小学生を主対象とした関の刃物の工場見学を実施した。

なお、次世代地域リーダー育成プログラム産業リーダーコースの主な科目の受講者数は、インターンシップ講義を含め、以下の表1の通り、増加傾向である。

表1 受講学生の推移

科目	2016年度	2017年度	2018年度
地域資源の活用と観光デザイン	-	21人	22人
地域産業と企業戦略入門	47人	81人	93人
自己省察と将来のキャリア設計	31人	67人	54人
インターンシップ科目 (のべ人数)	65人	146人	237人
産業リーダー実践	6人	16人	14人
ぎふ次世代地域リーダー称号	5人	16人	15人

他大学における観光教育に関する研究成果例をあげると、専門学部を有する大学以外の取り組みとして、2011年から実施された大学生観光まちづくりコンテストを事例とし、地域の観光資源の宣伝・地域への経済効果と、学生の地域への就職や定住促進の間接的・長期的効果が指摘された研究がある(村上(2016)参照)。こうした取り組みにおける産官学連携のメリットについて、大学は地域・社会貢献を具現化する機会となり、地域や産業界は若

者の潜在的ニーズの発掘や新たなマーケティングの場とし、新ビジネス開拓や産業振興の機会として活用することで、大学の知的シーズと地域・産業界のニーズをマッチングする場が発現されることが指摘されている。

また、岐阜県内における産学連携による観光教育の事例として、名古屋学院大学において、高山市の観光業（旅館・ホテル）への1か月の就業体験と、宿泊客と旅行者・地域関係者への調査を踏まえて2日以上観光プランを作成する観光教育プログラムが開発され、実践されている（田中(2017)参照）。当該プログラムは一部の他大学の学生にも受講が開放されている。観光教育に関して、持続可能な地域開発の観点、グローバルな学修素材を内包する観点、消費者視点と事業者視点の両方の立場に身を置く実践的な学習教材である観点での意義が指摘されている（大島(2016)参照）。

次節では、岐阜大学の次世代地域リーダー育成プログラムの初級段階科目のひとつとして2017年度より開講された「地域資源の活用と観光デザイン」を事例とし、講義内容と外部アクターとの連携について考察する。

3. 「地域資源の活用と観光デザイン」の講義について

「地域資源の活用と観光デザイン」は、地域ブランドの構築とマーケティング手法を学び、観光事業と観光が生み出す価値を理解し、岐阜県における観光産業の理解を深めることを目的とした講義である。地域主導型の観光振興を図るためには、地域に存在するあらゆる資源の価値を精査し、マーケットに合致するよう磨くことで地域そのものの価値を高め、地域資源を活用した商品(サービス)をつくり出し、その価値に共感する顧客を探して営業(販売)する、という一連の流れが必要になると指摘されている（大社(2013)参照）。上記を踏まえて講義を設計した結果、対象となる地域の観光事業者と連携したフィールドワーク(班別)を行い、実際にターゲット顧客を想定した2泊3日の観光プランの企画を立案することにより、地域資源の活用方法を考え、さらに成果を地域に還元する内容とした。

2017年度後期に新規開講され、受講生は21人であった。3年生が5人、2年生が2人、1年生が14人である。受講生の所属学部は、地域科学部が11人、教育学部が1人、工学部が7人、医学部が1人、岐阜経済大学経済学部(1年生)の外部受講生が1人であった。観光に関連した座学の講義に加えて、包括連携協定を締結している郡上市と連携して半日の日帰りフィールドワークが実施された。学生は座学による学修、フィールドワークによる地域資源の理解、地域資源の活用方法について具体的な観光プランの企画立案を行った。さらには中日本高速道路の社員をゲスト講師として招聘することで、学生の間接発表時の助言と、観光振興の実務に関する学修の機会が提供された。

2018年度は前期に開講し、学生は27人であり学年は全員が1年生であった。受講生の所属学部は教育学部が3人、医学部2人、工学部8人、応用生物学部4人、地域科学部10人であった。岐阜県及び平湯温泉観光協会と連携し、「ONSEN・ガストロノミーウォーキン

グ in 奥飛騨・平湯温泉」に参加することを通して観光資源の発見とその活用方策の提案を行った。フィールドワークを2日間に拡大し、初日はガストロノミーウォーキング in 奥飛騨・平湯温泉に参加し、その後乗鞍岳畳平を散策した。2日目は、高山地域を対象とし、事前に調査先と散策先を選定した上で自由に視察した。また、前年度同様、中日本高速道路社員をゲスト講師として招いた。学生に対しては、座学とフィールドワークを踏まえて、2泊3日の観光プランを企画立案することが最終課題として提示された。

講義全体の流れは、①事前学習、②フィールドワーク（体験）、③中間発表、④最終発表・振り返りであった。事前学習では、観光マーケティングの方法論や事例研究に加えて、岐阜県・平湯温泉観光協会関係者をゲスト講師として招聘し、平湯温泉を取巻く環境・課題などを理解した。中間発表では、観光周遊性を高める事業を営む中日本高速道路から観光プランの考え方や学修成果の発表方法の助言を受けた。最終発表には、岐阜県・平湯温泉観光協会が参加し、提案プランを基に意見交換とプランの具現化・実現の検討を行った。

全体を通して、前半では、平湯温泉・乗鞍・高山市内のフィールドワークを通して座学では得難い地域資源の魅力が体感できた。後半部分は、特定のターゲットに対して、地域資源に触れて感じた魅力を具現化することで「観光デザイン」に繋げ、地域主導型の観光振興へ寄与する内容であった。

次に、フィールドワークの概要について考察する。平湯温泉は、高山奥飛騨温泉郷で最大の温泉街であるものの、奥飛騨温泉郷の観光客数は2000年の91万人から2016年は62万人まで減少している。この背景には、周辺地域の乗鞍スカイラインで車両乗入規制が実施され、入込客数が3分の1にまで減少したことも要因である。平湯温泉のフィールドワーク後に「平湯の魅力」や「平湯温泉のパンフレット作成に必要な要素」について学生の意見を集約したところ、平湯温泉の魅力を「現地住民の観光振興に対する姿勢」「美味しい食べ物」「豊かな自然」「湯量の多い温泉」「温泉郷」と感じた一方で、課題として「SNSでの情報発信」「パンフレット以外の情報発信手段の拡充」「若年層の認知度の低さ」「交通網の脆弱性」などが指摘された。

初日の午後は、乗鞍岳・畳平を訪れた。乗鞍岳は、北アルプスの南部の長野県松本市と岐阜県高山市にあり、剣ヶ峰(3,026m)を最高峰に、23の峰と7つの湖と8つの平原がある貴重な自然が残る地域であることに加え、標高2,702mの畳平まで車両で登ることが可能である。フィールドワーク終了後に、学生の意見を集約したところ、雪の壁、雄大な景色等の良さを実感する一方、情報発信やPRに関する課題が指摘された。

2日目には高山市内を視察した。高山地域は豊富な歴史的観光資源が人気となっている日本でも有数の観光名所であり、2017年の観光客入込み客数は361万3千人と過去最高となった。一方で、宿泊客と比べ消費金額が少ない日帰り観光客割合は1999年が52.9%、2017年が61.4%と増加傾向にあり(高山市商工観光部観光課(2018)参照)、周辺地域と連携した宿泊客割合の増加等が課題である。講義におけるフィールドワークでは、班に分かれ、各班個々の興味関心をもとに視察プランを検討し、観光客・観光産業関係者に対する調査を行う

ことで、観光需要と観光サービスの特性を理解した。その際、1.若年層の視点による観光資源の発掘、2.宿泊を伴う観光周遊プランの検討、3.平湯温泉・乗鞍岳に対する改善策の提案、4.学生自体の SNS を通じた情報発信を狙いとした。観光客や店舗へのインタビュー調査を踏まえ、町歩きの楽しさ観光施設の充実を実感する一方、課題として若年層に適した情報発信・PR に関する課題が指摘された。

上記の3地域へのフィールドワークとインタビュー調査を通じて、学生は6班に分かれ、特定のターゲットを定めて2泊3日の観光プランを企画提案した。設定されたターゲットは、若年女性が2班、中年男性、中高年、家族連れ、大学生がそれぞれ1班であった。ターゲットのニーズを想定し、体感した地域資源をもとに企画提案した。例えば、中高年を対象としたカメラ撮影ツアーを企画した班は、平湯温泉、乗鞍などの風景写真と合わせ、高山地域の歴史的建造物の撮影を通じ地域資源の発掘・情報発信の機会になると提言した。同様に、若年女性を対象とした浴衣レンタルと写真映えグルメを食す町歩きツアーや、大学生を対象としたリスの森や平湯温泉近隣のクマ牧場で動物と触合う体験ツアーは、観光客が SNS で観光体験を発信する企画となっている。一方、自動車を保有していない大学生を対象としたツアー企画では、料金プランの工夫、複数のバス会社が連携した一日乗車券など、交通機関の改善策が提案された。乗鞍の周遊プランとして、家族連れ・中高年・学生をターゲットに、乗鞍に宿泊し、お花畑の見学や星空などの自然に触れる体験を SNS で発信することや、中高年向けに、近年注目を集めている自転車乗りをターゲットに、周辺地域を楽しむサイクリングと合わせて山頂を目指すヒルクライムが提案された。地域資源を体感することにより、学生の目線による潜在的な観光資源の魅力発掘と各ターゲットに対する情報発信の提案につながった。

産業観光推進会議(2014)は、異なる主体の協働が持続可能な観光や地域づくりでは重要であり、地域主導型の観光では観光者と受入れ地域が交流し、観光産業と受入れ地域と観光者の協働(コラボレーション)関係が成立し、その結果観光を通じた地域づくり、産業創造が進展し、持続可能な地域づくりを促す機能を持つと指摘している。今回の講義において、岐阜大学は、行政機関である岐阜県と地域の観光事業者である平湯温泉観光協会、観光業に携わる中日本高速道路と連携した。平湯温泉観光協会は、平湯温泉の魅力として自然や温泉、特産品などがある一方、日本人観光客・宿泊者の増加に向けた SNS を含めた発信方法に課題があると認識していた。また、平湯温泉観光協会では観光客向けパンフレットを策定する計画があり、そこに若年層の意向・意思を取り入れたい要望があった。このように、平湯温泉観光協会のニーズを教育プログラムの内容として取り入れながら連携することで、国内観光客の潜在需要の掘り起こしや観光戦略の立案に向け、学生から若者視点の発信方法や、学生がフィールドワークを重ねた上で、学生の地域資源に対する評価・感想を引き出すことで、パンフレット作成への掲載情報の取得を可能とする連携が生み出された。

本講義終了後の学生へのアンケート調査の結果、27人の受講生より回答が得られた。「地域に対する興味・関心」と「地域の問題解決に役立つ知識・理解・能力」については、「深

まった・高まった」と25人(92.6%)が回答し、「どちらともいえない」と2人(7.4%)が回答した。「地元企業に対する理解」に関しては、「深まった」と18人(66.7%)が回答し、「どちらとも言えない」が8人(29.6%)、「深まらなかった」と1人(3.7%)が回答した。このように、地域活性化に取り組む行政や観光協会、企業と連携することで、学生が観光業や観光資源を有する地域への愛着を深め、結果として地域への興味関心・課題解決に役立つ知識・理解・能力の向上に効果的なプログラムが構築されたといえる(表2参照)。

表2 学生へのアンケート調査結果

質問項目	回答					合計
	5	4	3	2	1	
総合満足度	22	5	0	0	0	27
	81.5%	18.5%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
						合計
地域に対する興味・関心	深まった	深まらなかった	どちらともいえない			
	25	0	2			27
	92.6%	0.0%	7.4%			100.0%
知識・理解・能力の高まり	高まった	高まらなかった	どちらともいえない			
	25	0	2			27
	92.6%	0.0%	7.4%			100.0%
地元企業に対する理解	深まった	深まらなかった	どちらともいえない			
	18	1	8			27
	66.7%	3.7%	29.6%			100.0%

4. おわりに

本稿では、岐阜大学地域協学センターが実施する次世代地域リーダー育成プログラム産業リーダーコースにおける講義「地域資源の活用と観光デザイン」を事例として、地域連携による観光教育の意義について考察した。

観光庁(2018)は、知識・理論・スキルの修得とともに、観光の実践と結び付け、「観光を」教育することに加え、「観光で」教育する実践授業の必要性を指摘している。受講生へのアンケート調査結果からは、座学とフィールドワークを往還する学習方法は、地域資源の理解を深めることに加え、グループワークを通して一つの成果物を共同で作上げるプロセスを通じた学修効果が高いことが明らかになった。

岐阜大学次世代地域リーダー育成プログラムにおいては、岐阜県内の魅力を学生が体感することにより、岐阜県内就職率を向上させることを最終目的としている。本稿で中心的に取り上げた「地域資源の活用と観光デザイン」においては、具体的な企業との接点は多くなかったが、地域資源に触れ、地域の魅力を発信することにより、地域への関心の高まりや、知識・能力の向上を学生が実感することができた。このことは、直接的に企業への理解・就職意欲の向上につながらないとしても、地域の魅力を感じることで、将来観光客として訪れたい人の増加や、定住したいと考える人の増加が期待できる。

本稿は一講義の事例検討であり、その点に留意が必要だが、観光教育を通して地元の魅力・特産品・自然・文化・歴史の理解を深めることは、学生の地域への関心を高めることに有益であることは確かであろう。産業リーダーコースは、観光教育に限定したプログラムで

はないが、講義受講を通じて地元の魅力を理解した人材や、将来、観光関連の業界で働く人材の育成に一定程度寄与することであろう。観光教育の体系化されたプログラムとして考えた場合、1ステップ目の「聞く・見る」として、ぎふフューチャーセンターや「地域資源の活用と観光デザイン」の講義、2ステップ目の「挑戦する」として先述の日本タクシーの事例などのインターンシップを通じた学修、3ステップ目の「活躍する」として上級プログラムの産業リーダー実践でのおんぱくプログラムを通じた地場産業の魅力発信企画の具現化と実践と捉えることもできる。このように、産業リーダーコースにおける3ステップの教育プログラムとして、観光関連の内容に特化したプログラム構築も可能である。

今後の課題としては、座学とフィールド学修を継続的に展開するために、大学外の関係者との相互の利害を合致させた上での継続的な関係構築があげられる。外部の関係者にとって、恩恵やメリットを感じられない場合、協力関係が続かない懸念がある。観光庁(2018)は、こうした実践型の授業は教員の個人的なネットワークに依存する傾向があることを指摘し、地域、企業、大学が有するノウハウやリソースを統合するシステム構築の必要性に言及している。地域企業・自治体と連携した事業実施の際には、相互にメリットをもたらしながら、学生に対する教育効果が継続的に得られるプログラムである必要がある。地域協学センターには、連携協定の締結による継続的な関係性の構築や、学部横断的な機能として企業や自治体とのワンストップ窓口を担うことを通して、中・長期的に外部関係者と良好な関係性を構築することが重要な役割として求められるであろう。

【注】

注1 「地(知)の拠点大学による地方創生推進事業(COC+)」は、若年層の東京一極集中を解消するため、全学的に地域を志向する大学群、自治体、地域の中小企業等の連携により、各地域の実情に応じた雇用創出や学卒者の地元定着率向上に向けた取り組みを進め、大学による地域創生を推進するものである。なお岐阜大学は、2017年度に実施されたCOC+事業における中間評価で、最高評価の「S」評価(採択された42大学中5大学)を受けた。

https://www.jsps.go.jp/jcoc/chukan_kekka.html(2018.7.1 アクセス)。

注2 ラーニング・ポートフォリオは、学生が講義内外の学修の成果をレポートとして記載して3回提出する。詳細はYoungほか(2013)参照。

注3 長良川おんぱくは、長良川温泉泊覧会実行委員会が主催者となり、地元で暮らす「普通の人々」が、自然、文化、食など地域の魅力を発信する企画である(2011年より開催されている)。長良川流域ならではの体験・アクティビティが、期間内に100以上開催されるのが特徴である。2017年度の公式サイトは以下の通り。

<https://nagaragawa.onpaku.asia/events/onpaku2017autumn> (2018.12.25 アクセス)

注4「東海・北陸 地域ブランド総選挙」は、地域団体商標制度の普及とさらなる活用促進を目的に、特許庁が開催する事業である。総選挙では、地元大学生と地域団体商標権者がチームを組み、取材に基づく地域の商品（サービス）の魅力を「Instagram®」上で発信するとともに、今後の新商品展開やビジネスのアイディア、PR方策等を検討する。<https://www.chiiki-brand.com> (2018.12.25 アクセス)

【参考文献】

- 今永典秀, 松林康博, 益川浩一(2017) 「インターンシップによる大学と地元産業界の協働教育ー岐阜大学地域協学センター『次世代地域リーダー育成プログラム 産業リーダーコース』を中心とした多様なインターンシップ事例よりー」『岐阜大学教育推進・学生支援機構年報』, 第3号, 79-91。
- 今永典秀, 松林康博, 益川浩一(2019) 「産学金連携による地域創生の取り組みと地域デザインについて」『地域デザイン学会誌』, 第13号, 193-213。
- 大島順子(2016) 「観光の教育力の構造化に向けて」『観光科学』vol8, 琉球大学大学院観光科学研究科, 73-86。
- 大社充(2013年) 『地域プラットフォームによる観光まちづくり』学芸出版社。
- 観光庁(2017) 『観光先進国を目指してー我が国の課題と政策の方向性』
<https://www.nihon-kankou.or.jp/home/userfiles/files/1011S.pdf>(2018.12.2 アクセス)。
- 観光庁(2018) 『平成29年度 産学連携による実務人材育成ワーキンググループ報告書』。
- 産業観光推進会議(2014) 『産業観光の手法 - 企業と地域をどう活性化するか』学芸出版社。
- 高山市商工観光部観光課 (2018) 『平成29年観光統計』。
- 田中智麻 (2017) 「観光地域づくり人材育成の手法に関する考察: 観光産業と大学の連携プログラムの実施から」『日本観光研究学会全国大会学術論文集 Proceedings of JITR annual conference.』 Vol.32, 日本観光研究学会。
- 長崎ウエスレヤン大学(2015) 『長崎発オーダーメイド型観光地域づくり人材育成プロジェクト成果報告書 Vol.2』 http://www.wesleyan.ac.jp/kankop2014/data/20150228_02.pdf (2018.12.25 アクセス)。
- 野村恭彦 (2013) 『フューチャーセッションによる参加型イノベーションの可能性』研究技術計画。
- 村上雅巳 (2016) 「地域観光政策に関する一考察-『大学生観光まちづくりコンテスト』等による地域活性化」『跡見学園女子大学観光コミュニティ学部紀要』 第1号, 85-91。
- Sue F, Young & Robert J, Wilson, (監訳)土持ゲーリー法一, (訳)小野恵子 (2013) 『「主体的学び」につなげる評価と学習方法, カナダで実践される ICE モデル』, 東信堂。

**A Study on Tourism Education program through Community
Collaboration With an example of the lecture practice, "Utilization of
Regional Resources and Tourism Design,"
at Business Leader Course, the Next-Generation Regional Leader
Fostering Program, of Gifu University**

Norihide Imanaga¹⁾

Yasuhiro Matsubayashi²⁾

Seiichi Goto³⁾

Koichi Masukawa⁴⁾

^{1) -4)} Center for Collaborative Study with Community, Gifu University

Abstract

This study focuses on sightseeing education, in the aim of nurturing leaders, who will be active in industry in Gifu prefecture, at Business Leader Course, the Next-Generation Regional Leader Fostering Program, at the Center for Collaborative Study with Community of Gifu University. First, it considers the example of collaborative education on tourism with centering on internship. Then, it analyzes the lecture "Utilization of Regional Resources and Tourism Design" as an example. Finally, it leads to consider the importance of regional collaboration toward the realization of tourism education through understanding of regional resources.

Key words: Sightseeing Education, Regional Collaboration, Marketing, Regional Activation,
Human Resource Development